现代科技下电视栏目后期包装制作设计分析

摘 要：现阶段，不同种类电视栏目竞争愈加激烈，电视台呈现出新的发展变化。我国人口众多，社会公众对电视节目的需求数量也较大，如何推出优质电视节目，不断满足公众日渐变化的文化精神需求，是每一个电视台工作人员亟待思考的课题。本文以电视栏目后期包装制作设计作为研究课题，分析电视栏目后期包装制作设计的作用和内容，并运用传媒学的相关理论知识，就电视栏目后期包装制作设计的原则和策略提出自己的看法。希望通过本研究，能够为更多的电视台找寻适合本台发展的道路并加以完善，推动我国整体文化产业的繁荣与发展。

关键词：片花；收视率；整体性；后期包装；电视栏目

中图分类号：G222　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2019）04-126-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.04.042

文 / 梁云海

1. 电视栏目后期包装制作设计基本理论

1.1 电视栏目后期包装制作设计的概念

“包装”一词最早出现于商品生产和销售领域，后来被运用于传媒领域。经过长期的发展，电视栏目后期包装设计已经成为传媒学界、电视台、广告公司和包装公司的高频词汇。[1] 本文认为，电视台负责后期包装制作设计的团队对节目整体形象以及电视栏目的外形要素进行强化处理，使电视栏目更加统一规范的行为就是电视栏目后期包装制作设计。通常而言，电视栏目后期包装设计制作并未有统一的方式，各个电视台工作人员基于电视栏目性质的不同会采取不同的包装制作设计方式。

1.2 电视栏目后期包装制作设计的特性

第一，艺术性。电视栏目后期包装制作设计同样是对艺术作品进行设计的环节，艺术性是其本质特征。缺乏艺术性的电视栏目包装设计工作是无水之源，等同于没有生命力。电视栏目后期包装制作设计反映了电视台工作人员的审美情趣以及对艺术的理解。第二，功能性。电视栏目后期包装制作设计的基础是电视栏目，是对原有电视栏目产品的再次加工和再次生产，能够最大限度地提升收视率，增强电视栏目的核心竞争力，吸引更多的观众观看电视栏目。[2] 第三，技术性。电视栏目后期包装制作设计需要将电视制作技术发挥到极致，需要充分利用多种现代化技术。制造技术直接关系到电视栏目后期包装制作设计的质量，使得电视栏目后期包装制作的工作变得更为容易。同时，随着现代化技术的不断发展，电视栏目后期包装制作团队可供使用的技术增多，创新空间得以拓宽。

2. 电视栏目后期包装制作设计的作用

伴随互联网技术和移动电子终端的发展，社会公众对电视栏目的自主选择性加强。尤其是在生活节奏不断加快的现阶段，许多社会公众在观看电视栏目时通常会下意识地进行换台操作，电视传媒领域形成了一种“眼球经济”。电视栏目后期包装制作设计的主要目的就是在最短的时间内吸引观众眼球，博取观众注意力，让观众“停下来”观看电视栏目。具体而言，电视栏目后期包装制作设计的作用如下。第一，有深度、有层次和有内容的电视栏目保障往往能够迅速吸引观众注意力，提升本电视栏目的收视率，进而吸引相关单位对电视栏目进行广告投入，增加电视台的广告收入。第二，合理、高效、科学地对电视栏目进行包装，能够使电视栏目更加具有观赏性和艺术性，调动观众的好奇心。电视栏目后期包装制作设计团队通过多样化的方式对栏目进行包装，能够更好地引导观众观看电视栏目，便于观众更好地收看电视栏目。第三，对电视栏目进行后期包装设计，能够更好地打造栏目品牌和塑造栏目形象，诱发观众观看电视栏目的欲望，增强电视台留住观众的砝码。[3]

3. 电视栏目后期包装制作的内容

3.1 电视栏目后期包装制作的形式

第一，栏目宣传片的设计制作。栏目宣传片以提升电视栏目形象为主要目的，是电视栏目精神的动态表现和电视栏目的缩影。尤其是在综艺类电视栏目中，电视台工作人员通常会在后期对栏目宣传片进行设计，给观众以轻松愉悦的情感铺垫，实现展示电视栏目个性的目的。第二，栏目中的片头、片花和片尾设计制作。顾名思义，栏目中的片头主要出现在节目开始前，其包含了该电视栏目所要表达的内涵和特色，起到一个奠定情感基调的作用。栏目中的片花则主要出现在节目的中间时段，起承上启下的作用。栏目中的片尾则出现于栏目结束或将要结束的时间段，主要是展示一些具有结尾性质的内容，典型如演员表、节目制作人名单、节目工作人言名单、广告赞助商名单等。[4] 第三，栏目角标的设计制作。电视台工作人员主要以 LOGO 的形式设计角标，使观众能够迅速了解电视栏目的性质和主题。第四，栏目转场的设计制作。栏目转场主要是对画面和各个板块进行切换的一种手段。第五，栏目字幕条的设计制作。字幕条主要是为了阐述电视栏目中的某些重要信息，帮助观众更好地理解电视栏目中的内容。除此之外，在部分电视栏目中，电视栏目后期包装设计中还可能表现为其他的形式。

3.2 电视栏目后期包装制作的要素设计

第一，形象标志设计。形象标志设计在整个电视栏目包装中处于中心位置，好的形象标志能够强化观众对电视栏目的印象，突出电视栏目的特色和主题。现阶段，电视栏目的形象设计趋向于多元化和融合化。电视台工作人员通常会使用不同的元素对电视栏目形象进行设计，推动电视栏目品牌的形成。第二，色彩的运用。色彩运用是电视栏目包装中另外一个重要的要素，其能够让电视栏目变得更为丰富多彩。电视台工作人员运用色彩都是非常讲究的。一方面，电视台工作人员对色彩运用时需要确保电视栏目色彩的协调统一，既有标准配色的统一运用，也有个性化色彩的突出运用。由于不同的色彩会给观众不一样的视觉体验和视觉感受，所以，电视台工作人员主要是根据电视栏目的性质和内容对色彩进行运用。总体而言，鲜艳的色彩能够给人强烈的情感感受，而灰暗的色彩则给人压抑的情感感受，不同色彩对电视栏目的节奏影响程度也有所不一样。第三，声音元素的运用。在电视栏目后期制作中，为了突出栏目特效或者向观众释明情节，电视台工作人员通常会对声音进行设计。具体而言，分为对原有声音进行处理以及在原有声音的基础上加入声音特效两种。[5]

4. 电视栏目后期包装制作设计的原则

随着理论研究的不断深入以及我国电视栏目的不断发展变化，各个地区电视台工作人员对电视栏目进行后期包装设计的理念也在更新变化。但总体而言，电视栏目后期包装制作应当坚持以下原则。

4.1 统一规范原则

电视台工作人员对电视栏目进行后期包装和设计需要遵循一定的章法和技巧，如果不遵守规范性和统一性，盲目地对色彩、标识和音乐进行搭配，势必会影响后期包装设计的质量，最终导致电视栏目难以被观众所接受。本文认为，电视栏目后期包装制作是一项系统性的工程，其并不是单纯的包装或者片面地包装。电视台工作人员不能过于主观地对电视栏目进行盲目包装。为了体现电视栏目的整体风格，实现电视栏目协调统一，电视台工作人员必须以一定的规范设计为指导原则，既要有突出表现，也要有整体表现，各个部门的设计不能与整体相冲突。为此，电视台有关部门要制定可行性更强的操作方法，指引电视台工作人员进行后期包装设计。

4.2 个性独特原则

为了避免电视栏目走向同质化，给观众不一样的视觉体验，电视台工作人员要坚持个性独特原则。后期包装制作设计是一个栏目制胜的法宝，电视台工作人员在进行后期包装设计过程中要突出栏目特色，彰显电视栏目的自身价值，推动电视栏目品牌化。通俗地讲，电视台工作人员对电视栏目进行后期包装设计的过程，类似于厨师对食物进行加工的过程，只有赋予电视栏目独特的个性，才能吸引更多观众，让观众回味无穷。例如，之前参与制作的《山东卫视频道形象设计》，抓住品牌LOGO个性独特原则进行艺术性解构，制作融合“沂蒙山小调”地域特色音乐，将艺术、个性、品牌相融。具体而言，电视台工作人员可以立足于本区域传统文化和民族文化，打造一批具有本土特色的电视栏目。

4.3 原创与借鉴原则

成功的电视栏目往往具有较高的创意性和独特性，但这并不代表电视栏目要完全原创。电视台工作人员只有在借鉴的基础上进行原创，才能够达到“扬弃”的效果。同时，借鉴也并不代表着完全抄袭，完全抄袭其他电视台进行电视栏目包装的方式，会给观众以视觉疲劳感，影响电视栏目的口碑。为此，电视台工作人员要借鉴其他电视台或者域外电视台的后期包装制作经验，汲取其中可供参考的元素，再根据自身对电视栏目后期包装的理解，对各个设计元素进行搭配。

4.4 VI 统一原则

树立 VI 统一标准的重要性是显而易见的，统一整体有规则的 VI 是全面、有效、可持续延展使用的。无论是如何使用方向，标准规则细节把控是不可缺的。它能有效有机地把控整个电视栏目的视觉体系，从而使观众更清晰地了解和认知这档电视栏目。例如，之前参与制作山东卫视的《花漾剧场》《高粱红了》等电视栏目包装制作，同时协同前期制作 VI 规范，以便于整个电视栏目后期的标准化流程和更好的精彩影像呈现。

5. 电视栏目后期包装制作设计的策略

5.1 打造栏目包装品牌

在各类电视栏目数量不断增多、电视栏目竞争日趋激烈的现阶段，电视台需要另辟蹊径，打造一批高品质的电视栏目，将栏目后期包装制作设计作为有力的栏目竞争点，打造栏目包装品牌。电视台工作人员要树立品牌意识，将具有新颖性的元素融入后期包装制作设计工作中，给观众留下强烈的印象。栏目包装品牌与栏目品牌是一体两面的关系，栏目包装品牌应当围绕栏目品牌使命和品牌愿景进行设计，根据电视栏目的具体内容进行创新。同时，栏目品牌形成后又会推动栏目包装品牌的形成，凸显栏目包装的制作技巧和设计特色，彰显电视栏目后期包装制作设计的价值。

5.2 定位栏目方向

电视栏目后期包装制作设计需要遵循栏目的方向，确保制作设计工作与栏目方向、栏目内容统一协调。第一，电视台工作人员要充分运用问卷调查或者线下调研等方式了解现阶段本电视栏目的观众构成、兴趣爱好、年龄阶段以及特点等，清晰定位本电视栏目的方向和内容。第二，电视台工作人员根据调查结果，对受众的视觉需求和艺术需求进行分析，从观众的角度出发对电视栏目进行包装设计，让电视栏目更好地留在观众的脑海中。第三，强调视觉形象的作用。电视台工作人员在电视栏目后期包装设计过程中，可以对色彩、影音、图片等元素进行搭配，增强电视栏目的视觉感染力，推出符合现阶段普世审美情趣的电视栏目。总而言之，无论是栏目制作团队，还是后期包装制作设计团队，必须定位栏目方向，掌握电视栏目所要表达的精神文化和理念，并以该精神文化和理念为基础，对包装栏目进行核心策

划，让观众能够对电视栏目萌生一致的价值观和认同感，实现电视栏目包装的高收益。

5.3 多元素搭配，突出栏目个性

电视栏目后期包装制作是一项系统化的过程，需要从多个层面出发，提升电视栏目的个性的整体性。第一，在栏目标识层面。电视台工作人员需要从方便识别的视角对栏目标识进行设计和制作，确保能够以最简洁的方式告诉观众本栏目的特点，将电视栏目的精神文化、主体思想和风格理念寓意于栏目标识当中，奠定栏目的情感基调。例如，湖南某电视台的音乐选秀节目中，电视台工作人员采用红色和白色的色调与栏目标识进行设计，突出热血青年的音乐梦想，增强了栏目标识的感染力和吸引力。第二，在栏目角标层面。电视台工作人员要确保栏目角标与电视栏目的匹配，让观众能够迅速了解自己观看的是哪一档电视栏目。尤其是对于融入了广告赞助商标识的电视栏目而言，电视台工作人员更需要协调好电视栏目内部各个元素之间的关系，防止观众对电视栏目产生厌恶感。同时，电视台工作人员无论是使用动态角标还是静态角标，都要力求简洁明快和艺术大方，让观众更容易接受。第三，在栏目转场层面。电视台工作人员要从场景切换的流畅度和自然度出发，充分利用现代化技术和特效，体现电视栏目时尚、精美的艺术气息。第四，在栏目标题、人名等字幕条层面。电视台工作人员需要根据电视栏目的整体，对字幕条的样式、风格和色彩进行设计，切忌为了追求差异化而忽视电视栏目整体性，确保观众能够清晰了解画面人物、画面主题以及画面事件。同时，电视台工作人员也可以针对电视栏目具体类型，采用动态图片、渐变风格或者其他风格的字幕条。

5.4 多功能统筹，保障扩散有效

电视栏目后期包装制作设计是对栏目理念的践行。电视台工作人员在包装设计制作过程中，要通过动静结合的方式，将电视栏目中的视觉元素予以扩散，打造电视栏目一体化的形象识别符号。第一，电视栏目后期包装制作设计要表达主题和传播理念，通过对电视栏目进行后期处理后，让观众能够一目了然地掌握电视栏目的整体风格，树立电视栏目独特个性。每一期的电视栏目后期包装制作都一定要有自己的表现方式和主题风格，充分利用 LOGO、字母、色调、构图等元素，展现不同的栏目特色。第二，电视栏目后期包装制作设计要突出重点和画龙点睛。现代生活节奏的加快以及电视传媒领域竞争力度加剧的现阶段，谁能够在最短的时间内吸引观众眼球，谁就能占据电视传媒竞争的制高点。在这种背景下，电视台后期包装设计制作团队的责任和任务越来越重大，无论是栏目角标、栏目字幕、栏目标识，还是栏目转场、栏目片花以及片头片尾等，都需要突出重点，吸引观众的注意力，让观众在内心情感上认同电视栏目。

5.5 拓宽栏目宣传渠道，实现全方位宣传

电视台工作人员可以在栏目片头、片花和片尾设计上实现电视栏目宣传。第一，电视台工作人员在栏目片头要奠定电视栏目的基本情感基调，突出电视栏目所需要表达的节目氛围。片头快要结束时，采用动感的方式对栏目形象标志进行定格处理，完整表达电视栏目的卖点与个性。第二，电视台工作人员在栏目片花要注意各个板块精彩片段之间的承上启下，控制精彩片段播放节奏，对片花进行有效编排。尤其是在广告插播前后的片花，更是需要设置相应的悬念，减少广告插播给观众带来的跳跃感，激发观众继续观看电视栏目的好奇心，增强电视栏目的核心竞争力。第三，电视台工作人员在栏目片尾主要是要注意片尾的经济价值，将栏目花絮、广告赞助商、栏目制作人员名单、节目预告等融入片尾，增强电视栏目的经济价值。

5.6 全媒体融合概念，全效打造信息链

守正创新，“融”出精彩影像。不断增强深度融合的内容和包装升级，练就“十八般武艺”快速使用的信息相结合的电视包装，知易行难，知行合一。以适应 5G、4K、AR 直播等智能技术的交汇，有效的内容与电视包装紧密贴合，才能为品牌加分。

结语

现阶段，我国部分电视台工作人员对电视栏目进行后期包装设计过程中存在同质化的趋势，阻碍了电视台可持续发展。电视栏目后期包装制作设计较为复杂，涵盖范围广且涉及面大，电视台工作人员在开展这一工作过程中需要付出大量的时间和精力。为此，电视台工作人员要掌握一定的章法和技巧，不断提升工作效能，才能确保电视栏目后期包装制作设计工作提速、提质和提量。电视栏目后期包装制作与电视栏目质量紧密相连，高质量地对电视栏目进行后期包装，能够更好地突出电视栏目品牌，增强电视栏目的影响力。我国电视栏目后期包装制作起步较晚，与域外发达国家的平均水平相比仍然存在一定的差距，缩小这种差距，不仅需要从实践层面探索相关解决策略，也需要从理论层面加以研究，为电视台工作人员提供丰富的理论参考。媒

参考文献

[1] 宋春旭 . 电视栏目包装的误区及解决策略 [J]. 黑河学刊，2018（5）：68-69.

[2] 孙光妍 . 谈电视栏目包装的思想性和艺术性 [J]. 电视指南，2018（13）：33.

[3] 姬磊 . 电视节目包装对电视栏目品牌的影响分析 [J]. 传播力研究，2018，2（5）：42-43.

[4] 郭庆 . 关于电视栏目包装的技巧及策略探讨 [J]. 新闻研究导刊，2018，9（2）：194，217.

[5] 许峰 . 色彩理念与电视栏目包装 [J]. 中国广播电视学刊，2017（6）：76-77.

（作者单位：山东广播电视台电视卫星频道）